



Septiembre 2018 - ISSN: 1696-8352

COMERCIO ELECTRÓNICO EN ECUADOR

Pedro Santiago Jurado Mesías ⁽¹⁾

Pedritoj@yahoo.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Pedro Santiago Jurado Mesías (2018): "Comercio electrónico en Ecuador", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (septiembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/comercio-electronico-ecuador.html>

RESUMEN

El comercio electrónico es una herramienta que ha permitido cruzar fronteras y realizar transacciones de compra y venta de servicios de forma rápida y eficaz. Este tipo de comercio en el Ecuador se encuentra en pleno crecimiento, sin embargo, el objetivo de este artículo es conocer cómo funciona el comercio electrónico en Ecuador, además proporcionar una visión de cómo se desarrolla el entorno del comercio electrónico a través de proveedores, clientes, herramientas tecnológicas, desarrollo de soluciones y todos los elementos que permiten que este tipo de actividad se haya convertido en una de las principales en los países con mayor desarrollo económico. Asimismo, se explica y se analiza las ventajas y desventajas tanto para las empresas como para los clientes las ventajas y desventajas del comercio electrónico en el Ecuador, y el impacto que ha tenido las páginas de compras en internet en el proceso de ventas. El comercio electrónico constituye en la actualidad una de las actividades que genera mayor recurrencia entre los usuarios del internet, gracias al acceso casi generalizado del mismo en la mayoría de países alrededor del mundo, lo cual ha constituido un polo importante de desarrollo para las diferentes sociedades. Los resultados presentados en artículo son en base a referencias bibliográficas actualizadas en los dos últimos años.

Palabras Claves: Comercio- Internet- Compras- Ventas

⁽¹⁾ Licenciado en Administración de Empresas mejor Finanzas/Inversión. Magister en Dirección y Administración de Empresas. Pedritoj@yahoo.com

ABSTRAC

Electronic commerce is a tool that has allowed crossing borders and making transactions of purchase and sale of services quickly and efficiently. This type of commerce in Ecuador is in full growth, however, the objective of this article is to know how electronic commerce works in Ecuador, as well as to provide a vision of how the electronic commerce environment develops through suppliers, customers , technological tools, development of solutions and all the elements that allow that this type of activity has become one of the main ones in the countries with greater economic development. In addition, the advantages and disadvantages are explained and analyzed.

disadvantages for both companies and customers the advantages and disadvantages of e-commerce in Ecuador, and the impact that shopping sites on the internet have had on the sales process. E-commerce is currently one of the activities that generates more recurrence among Internet users, thanks to the almost universal access in most countries around the world, which has been an important pole of development for the different societies. The results presented in the article are based on bibliographic references updated in the last two years.

Keywords: Commerce- Internet- Purchases- Sales

INTRODUCCIÓN

La necesidad del comercio electrónico se origina de la demanda de las empresas y de la administración, para hacer un mejor uso de la informática y buscar una mejor forma de aplicar las nuevas tecnologías para así mejorar la interrelación entre cliente y proveedor. Es así que el comercio electrónico se inicia en el mundo de los negocios entre empresas (business-to-business) hace más de cuatro décadas con la introducción del Intercambio Electrónico de Datos (EDI), el que se dio entre firmas comerciales, con el envío y recibo de pedidos, intercambio de información, de reparto y pago, etc. Por otro lado, el comercio electrónico, que está orientado al consumidor, tampoco es tan nuevo, ya que desde hace un buen tiempo tenemos conocimiento de lo que es un cajero automático o una tarjeta de crédito, pues cada vez que se hace uso de una de estas modalidades se está realizando una transacción de comercio electrónico. Podríamos decir que el verdadero despegue del comercio electrónico y la inclusión del mismo en la economía de todo el mundo se dio desde la puesta en marcha de Internet, la cual tuvo una aparición progresiva pero significativa, ya que de ser un proyecto militar ha pasado a ser un instrumento de suma importancia en nuestra vida cotidiana. Un paso

más se dio en la inclusión de la electrónica en el comercio, en especial en el comercio internacional, la cual ha provocado que las industrias den un giro en su forma de actuar para aprovechar las nuevas oportunidades, incluyendo los nuevos canales de comercialización de productos existentes y desarrollando un nuevo tipo de información. (Hidalgo, 1998, pág. 29) Es por eso, que esta utilización de las nuevas tecnologías y su aplicación al mundo de los negocios conlleva a un replanteamiento de los roles de los agentes económicos ya que la filosofía de la empresa cambia. Se vislumbra otra forma de entender el mercado donde el la distancia y el tiempo son superados y donde en la que el cliente no sólo es el centro de todas las acciones, sino que abandona su papel de receptor de información y se convierte en un consumidor activo y con una mayor oferta. (Melgarejo, 2010)

La necesidad del comercio electrónico se origina de la demanda de las empresas y de la administración, para hacer un mejor uso de la informática y buscar una mejor forma de aplicar las nuevas tecnologías para así mejorar la interrelación entre cliente y proveedor. Es así que el comercio electrónico se inicia en el mundo de los negocios entre empresas (business-to-business) hace más de cuatro décadas con la introducción del Intercambio Electrónico de Datos (EDI), el que se dio entre firmas comerciales, con el envío y recibo de pedidos, intercambio de información, de reparto y pago, etc.

Se puede manifestar que el inicio del comercio electrónico y la inclusión del mismo en la economía de todo el mundo se dio desde la puesta en marcha de Internet, la cual tuvo una aparición progresiva pero significativa, ya que de ser un proyecto militar ha pasado a ser un instrumento de suma importancia en nuestra vida cotidiana.

Por otro lado, el comercio electrónico, que está orientado al consumidor, tampoco es tan nuevo, ya que desde hace un buen tiempo tenemos conocimiento de lo que es un cajero automático o una tarjeta de crédito, pues cada vez que se hace uso de una de estas modalidades se está realizando una transacción de comercio electrónico.

Por su parte, Guisado Moreno desde una perspectiva jusprivatista señala que se entiende por comercio electrónico, aquel que abarca las transacciones comerciales electrónicas compraventa de bienes y prestación de servicio realizados entre empresarios, o bien entre empresarios y consumidores, a través de los soportes electrónicos proporcionados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, básicamente Internet, así como también las negociaciones previas y posteriores estrechas y directamente relacionadas con aquellos contratos (ofertas contractuales, contra ofertas, pago electrónico). (Moreno, 2004., pág. 59)

Para Renato Javier Jijena Leiva , el comercio electrónico es el intercambio telemático de información entre personas que da lugar a una relación comercial, consistente en la entrega en línea de bienes intangibles o de un pedido electrónico de bienes tangibles, que pueden ser multimedia consistir en imágenes, textos y sonidos. Una definición amplia de comercio electrónico, es la que recoge el comunicado de la Comisión de las Comunidades Europeas,

que señala “Se entiende por comercio electrónico todo intercambio de datos por medios electrónicos, este relacionado o no con la actividad comercial en sentido estricto. De forma más estricta, entendemos en este estudio que debe circunscribirse a las transacciones comerciales electrónicas, es decir la compra venta de bienes o prestación de servicios, así como las negociaciones previas y otras actividades ulteriores relacionadas con las mismas, aunque no sean estrictamente contractuales (p. Ej., pagos electrónicos), desarrolladas a través de los mecanismos (como el correo electrónico , o el Word Wide Web, ambas aplicaciones de Internet, o el EDI Electronic Data Interchange, en vertientes comerciales)” (Comunidades Europeas al Consejo, 1997, págs. 7-10)

(Piaggi, 2001, págs. 68-69) entiende por comercio electrónico, al conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medio electrónicos, incluyendo texto, sonido e imagen; vendría a ser un sistema global que utilizan redes informáticas y en particular Internet permite crear un mercado electrónico (operado por computadora y a distancia) de todo tipo de productos, servicios, tecnologías y bienes, e incluye todas las operaciones necesarias para completar operaciones de compra y venta, matching, negociación, información de referencia comercial, intercambio de documentos, acceso a la información de servicios de apoyo (aranceles, seguros, transportes, etc.); todo ello en condiciones de seguridad y confidencialidad razonables.

Como menciona (Gaza, 2000, pág. 229) “El comercio electrónico viene a ser un envolvente conjunto de herramientas de tecnologías de información. Así como estrategias de negocios destinadas a favorecer la realización de prácticas comerciales de forma electrónica. Cabe señalar que también el término comercio electrónico se usa para designar las operaciones que personas, empresas organizaciones y gobiernos efectúan en línea, por medio de tiendas virtuales o portales electrónicos”.

Luego de haber dado una serie de definiciones doctrinarias, me gustaría esbozar una definición teórico-práctica de lo que entendemos por Comercio Electrónico, que parte del concepto genérico de comercio como toda aquella actividad que tiene por objeto o finalidad el intercambio de bienes o la prestación de servicios y que será electrónico cuando dicho comercio se realiza por medio de herramientas electrónicas (redes electrónicas abiertas: Internet o cerradas: EDI) facilitando así la actividad económica comercial, en concordancia a lo anterior el presente artículo tiene como objetivo conocer cómo funciona el comercio electrónico en Ecuador.

METODOLOGIA

Como métodos y técnicas que coadyuvaron a la escritura de este artículo se encuentran la sistematización y otros métodos teóricos tales como el análisis y la síntesis de la literatura referida al tema, los cuales contribuyeron a definir el objetivo de dicho artículo; conocer cómo funciona el comercio electrónico en Ecuador. Asimismo, se realizó conversatorio sobre

experiencias a través de entrevistas a profundidad, noticias registradas, llegando a analizar toda la información para realizar las conclusiones del presente trabajo.

RESULTADOS

Primer estudio de Comercio Electrónico en Ecuador

En Quito se reunieron más de 1000 profesionales de los negocios por Internet en la 7ma versión del eCommerce Day Ecuador que se llevó a cabo el pasado 7 de noviembre en el JW Marriot Hotel Quito, donde emprendedores y ejecutivos de empresas participaron de talleres y charlas temáticas de la industria de los negocios por Internet en el país y La Región, de la mano de destacados expositores Nacionales e Internacionales.

“Cada año junto al eCommerce Institute reforzamos nuestro compromiso con la industria y sus profesionales en el país como en la región a través de este evento de capacitación y networking para los profesionales del eCommerce. Alentamos a los empresarios ecuatorianos a continuar trabajando en pos del sector que aún tiene mucho por crecer con grandes desafíos por delante y salir al mundo a través del comercio electrónico, aprovechando los conocimientos aprendidos en el evento para agregar valor a las compañías para las que se desempeñan, haciéndolas crecer en rentabilidad”, sostuvo Marcos Pueyrredon, Presidente del eCommerce Institute

Durante el evento, se realizó una rueda de prensa para medios, en donde la CECE, presentó el primer estudio de comercio electrónico en el país, a través del cual se dio a conocer el estado de esta industria en Ecuador.

¿Qué compran los ecuatorianos?

1. Servicios: es la categoría de mayor crecimiento, los pasajes son el rubro más comprado por todos los grupos etarios, seguido por los hoteles en los rangos etarios de adultos.
2. Bienes no personales: Dispositivos electrónicos y todo lo referente a computación son los bienes de más consumo. En general son los hombres los que más compran dentro de esta categoría, que además alberga mayor compra por personas mayores a los 50 años.
3. Bienes no personales: donde los hombres compran más ropa, mientras que las mujeres suman a sus compras más accesorios y cosméticos. La mayor proporción de compradores online se concentra entre los 26 y 33 años.
4. Productos para el hogar: es la categoría de menor frecuencia de compra vía Internet, no se detectaron diferencias significativas por género. Muebles, decoración y productos de mercado son lo más consumido.

Los desafíos del sector

El comercio on-line en Ecuador ha crecido los últimos años, pero aún hay aspectos de que se deben atender para hacer que estas transacciones continúen en ascenso:

- Adopción de esta forma de hacer negocios por parte de los consumidores
- Seguridad
- Manejo y protección de datos
- Experiencia de consumo

Cifras de comercio en línea

La Web es un aliado para información y comunicación, pues son las actividades que se realizan mayor frecuencia. Aún con el crecimiento de usuarios en Internet, comprar online, todavía está en evolución, para destacar algunas cifras del uso que le dan los ecuatorianos a Internet:

- Comprar productos y servicios por Internet: 35% siempre/casi siempre, 34% algunas veces, 31% nunca/rara veces
- Leer noticias: 58% siempre/casi siempre, 29% algunas veces, 13% nunca/rara veces
- Pagos y transacciones bancarias: 51% siempre/casi siempre, 24% algunas veces, 25% nunca/rara veces
- Buscar información de productos y/o servicios: 57% siempre/casi siempre, 29% algunas veces, 14% nunca/rara veces

Motivaciones para comprar en línea

Los ecuatorianos encuentran en esta forma de hacer negocios por Internet varias razones que hacen que este hábito crezca entre los internautas:

- Contar con garantía de devolución y/o cambio: 53%
- Garantía de confidencialidad de la información: 41%
- Más información de cómo comprar: 29%
- Atención al cliente durante la compra: 26%

“Llevar a cabo este estudio nos permitió evidenciar el estado del comercio electrónico en Ecuador y perfilar al consumidor online ecuatoriano. Estamos muy orgullosos de haber presentado este material en sociedad y esperamos abordar nuevos retos y desafíos desde la

CECE para seguir impulsando el comercio electrónico en el país. Convocamos a los empresarios a que se sumen a esta organización que vela por el sector en el país”, sostuvo Leonardo Ottati Director de la CECE. (Ecommerceday, 2017)

DISCUSIÓN

La comparación bibliográfica realizada en este artículo, obtuvo resultados de gran similitud con una investigación realizada en Colombia. Presentando lo siguiente resultados en su investigación realizada con el tema titulado, Comercio electrónico en Colombia ha crecido 64% en los últimos tres años.

El e-commerce de entretenimiento creció 28% en el mismo periodo. Previo al eCommerce Day, Blacksip emitió un estudio sobre el rendimiento del comercio electrónico en el país, en el que se conoció que el crecimiento en los últimos tres años de este tipo de comercio en los últimos tres años es de 64%. Los sectores más beneficiados de acuerdo con el informe son el entretenimiento, turismo y esparcimiento, que ha visto un crecimiento de 28%, la venta de ropa, con un aumento de 19,72%, y los mayoristas, con un alza de 12,69%. Así mismo, se determinó que los usuarios que acceden al comercio electrónico generalmente se encuentran entre los 15 y los 34 años.

“En el reporte se destaca como la comodidad de comprar por medio de plataformas virtuales es una de las tres características mejor valoradas por los consumidores. Ya no es necesario esperar en una llamada telefónica o ir a un centro comercial para poder comprar los productos o servicios que se necesitan, desde la comodidad del hogar o la oficina los colombianos están haciendo sus compras orientadas especialmente al sector de entretenimiento y turismo”. (Nonsoque, 2018)

El Comercio Electrónico sin duda genera un crecimiento económico, así lo demuestran las investigaciones realizadas; el primer estudio sobre el estado del Comercio Electrónico en el Ecuador será presentado mañana en Quito durante la séptima edición del eCommerce Day, que convocará a emprendedores y ejecutivos nacionales y extranjeros. El documento fue elaborado por la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE), brinda datos sobre el panorama actual de esta rama económica y esboza características del perfil del consumidor online ecuatoriano como insumo o herramienta para la construcción de mejores estrategias de mercado. Leonardo Ottati, director del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico capítulo Ecuador, dijo a EL TELÉGRAFO que el evento pretende crear un espacio de negocios dentro de cada país. Como parte del estudio, Ottati adelantó que cada año el comercio electrónico en Ecuador mueve entre \$ 800 millones y \$ 900 millones. Sin embargo, anotó que al país aún le falta camino por recorrer para consolidar a esta industria y volverla competitiva

frente a países vecinos como Colombia y Perú. Actualizar la ley vigente es una de las recomendaciones. “Vamos a llegar a un punto en que las ventas online sean más eficientes y de mayor rentabilidad para el comercio”, concluyó. (El telegrafo, 2017)

CONCLUSIÓN

El comercio electrónico o e-commerce no es más que distribuir, vender y comprar servicios o productos a través de internet, por medio de una plataforma web; una poderosa manera de hacer negocios sin barreras ni fronteras. Para ayudarte a convencerte de dar el paso al mundo digital, he aquí 6 ventajas del comercio electrónico que desconocías y que puedes lograr si decides atreverte a vender cualquier idea por internet. Los cambios surgidos en el comercio tradicional por la implementación de modelos de negocios digitales, han experimentado una revolución en los hábitos de compra y venta de servicios, dando lugar a más beneficios para las marcas, pero grandes exigencias por parte de los usuarios. Así, el comercio electrónico nace para hacer más atractivo el mercado globalmente y añadir eficiencia en las opciones de pago principalmente. El desarrollo del Comercio Electrónico, conocido habitualmente como eCommerce, está teniendo un impacto sin precedentes en la forma de hacer negocios a escala mundial, tanto para empresas como para consumidores. Mediante este canal, las compañías tienen la posibilidad de maximizar sus utilidades mediante la oferta y venta de sus productos y servicios bajo la modalidad “Antyme, Anywhere” (en cualquier momento y en cualquier lugar). Los consumidores también se ven beneficiados pues pueden realizar compras o al menos tomar decisiones de compras en forma relativamente segura a través de un dispositivo con conexión a Internet como por ejemplo PC, Tablet o teléfono inteligente.

BIBLIOGRAFIA

Referencias

- ✓ Comunidades Europeas al Consejo. (1997). *Comité económico social y al comité de las regiones sobre Iniciativa europea de comercio electrónico*. Bruselas.
- ✓ Ecommerceday. (MARTES de NOVIEMBRE de 2017). Se presentó el primer estudio de Comercio Electrónico en el país durante el eCommerce Day Ecuador 2017. *Ecommerceday*.
- ✓ El telegrafo. (06 de Noviembre de 2017). *El comercio electrónico en el país mueve \$ 900 millones*. Obtenido de El telegrafo : <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/el-comercio-electronico-en-el-pais-mueve-usd-900-millones>

- ✓ Gaza, M. d. (2000). *Internet y comercio electrónico*. México: Internet el Medio Inteligente.
- ✓ Hidalgo, O. (1998). *El comercio electrónico. Fundamentos y situación en España*. Madrid: Estudios Institucionales.
- ✓ Melgarejo, P. N. (2010). *Nociones generales del comercio electrónico* .
- ✓ Moreno, A. G. (2004.). *La Formación y Perfección del Contrato en Internet*. Madrid: Marcial Pons.
- ✓ Nonsoque, J. C. (30 de Mayo de 2018). *La Republica*. Obtenido de Comercio Electronico en Ecuador : <https://www.larepublica.co/empresas/comercio-electronico-en-colombia-ha-crecido-64-en-los-ultimos-tres-anos-2733436>
- ✓ Piaggi. (2001). *El comercio electrónico y el nuevo escenario de los negocios*. Bogota : Instituciones de Derecho privado – Contratación contemporánea , Vol. II.